

# **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN BUAH APEL FUJI IMPOR DI BRASTAGI SUPERMARKET MEDAN**

## **S K R I P S I**

**Oleh:**

**DEBBIE AUDINA LUBIS**

**NPM : 1504300164**

**Program Studi : Agribisnis**



# **UMSU**

**Unggul | Cerdas | Terpercaya**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN  
BUAH APEL FUJI IMPOR DI BRASTAGI SUPERMARKET MEDAN**

**SKRIPSI**

Oleh :

**DEBBIE AUDINA LUBIS**  
1504300164  
Agribisnis

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan  
Strata 1 (S1) pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah  
Sumatera Utara

Komisi Pembimbing

  
Sasmita Siregar, S.P., M.Si.  
Ketua

  
Ira Aprivanti, S.P., M.Sc.  
Anggota

Disahkan Oleh  
Dekan

  
Ir. Asritanarni Mahar, M.P.

Tanggal Lulus : 18 - 03 - 2019

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya :

Nama : Debbie Audina Lubis  
NPM : 1504300164

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Buah Apel Fuji Impor Di Brastagi Supermarket Medan adalah berdasarkan penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Maret 2019  
Yang Menyatakan



Debbie Audina Lubis

## ABSTRAK

Maraknya buah impor memenuhi sentra pasar buah di Indonesia tidak terlepas dan tidak terpenuhinya buah lokal dalam memenuhi kebutuhan pasar. Jumlah buah lokal yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah permintaan. Sebagai alternatif, konsumen beralih ke buah impor yang selalu tersedia tanpa mengenal musim. Keterbatasan buah lokal menyebabkan pedagang menjual buah impor yang lebih mudah diperoleh. Besarnya perbedaan antara produksi buah dengan permintaannya menyebabkan meningkatnya volume impor buah ke Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji dan harga apel merah terhadap permintaan apel fuji impor. (2) Untuk mengetahui perilaku konsumen berdasarkan atribut warna, manfaat, kesegaran dan rasa terhadap apel fuji impor.

Metode penelitian ini menggunakan studi kasus. Metode penentuan lokasi secara purposive atau dilakukan secara sengaja. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 40. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga. Analisis Deskriptif dengan menggunakan skala likert digunakan untuk menganalisa kriteria perilaku konsumen berdasarkan atribut - atribut pada buah apel fuji impor, kemudian dipresentasikan berdasarkan jumlah responden. Presentase yang terbesar merupakan faktor yang paling dominan dari variabel yang diteliti.

Hasil penelitian ini pada Uji F diperoleh  $F_{hitung} (41,141) > F_{tabel} (2,65)$  atau  $Sig\ 0,000 < 0,05$  artinya pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji dan harga apel merah berpengaruh nyata dan signifikan terhadap permintaan buah apel fuji impor. Pada Uji t pendapatan dan harga apel fuji berpengaruh nyata terhadap permintaan buah apel fuji impor. Sedangkan jumlah tanggungan dan harga apel merah tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah apel fuji impor pada tingkat kepercayaan 95%. Konsumen yang memilih apel fuji impor berdasarkan warna sebanyak 30 responden (75%), manfaat sebanyak 27 responden (67,5%), kesegaran sebanyak 26 responden (65%), dan rasa sebanyak 25 responden. (62,5%).

**Kata Kunci :** *Perilaku Konsumen, Permintaan, Apel Fuji Impor*

## ABSTRACT

The rise of imported fruit meets the fruit market centers in Indonesia and cannot be fulfilled by local fruits in meeting market needs. The number of local fruits available is not proportional to the number of requests. As an alternative, consumers turn to imported fruit which is always available without knowing the season. Limited local fruit causes traders to sell imported fruit that is easier to obtain. The magnitude of the difference between fruit production and demand led to an increase in the volume of fruit imports to Indonesia.

The objectives of this study are (1) To find out and analyze the influence of income, number of dependents, price of fuji apples and prices of red apples. (2) To find out consumer behavior based on color attributes, benefits, freshness and taste of imported Fuji apples.

This research method uses case studies. The method of determining location is purposive or done intentionally. The sampling method used is accidental sampling. The sample in this study was 40. The data analysis method used in this study was Multiple Linear Regression Analysis which was used to determine the effect of income, education, number of dependents and prices. Descriptive analysis using the Likert scale is used to analyze consumer behavior criteria based on attributes on imported Fuji apples, then presented based on the number of respondents. The largest percentage is the most dominant factor of the variables studied.

The results of this study on the F Test obtained F count (41.141) > F table (2.65) or Sig 0,000 < 0.05 means income, number of dependents, price of fuji apples and prices of red apples. Have a significant and significant effect on demand for imported fuji apples. In the t Test the income and price of fuji apples have a significant effect on the demand for imported Fuji apples. While the level number of dependents and price of red apples did not significantly affect the demand for imported apple fuji at a confidence level of 95%. Consumers who chose Fuji Apple imported by color were 30 respondents (75%), benefits as many as 27 respondents (67.5%), freshness as many as 26 respondents (65%), and taste as many as 25 respondents. (62.5%).

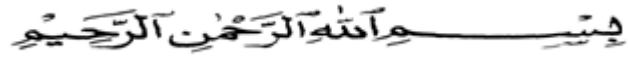
**Keywords :** *Consumer Behavior, Demand, Fuji Import Apple*

## **RIWAYAT HIDUP**

**DEBBIE AUDINA LUBIS**, lahir di Medan 20 Desember 1997 dari pasangan Bapak Misli Lubis dan Ibu Jumisah, AMK, penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara.

1. Tahun 2009, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 060882 Medan.
2. Tahun 2012, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Swasta Raksana Medan.
3. Tahun 2015, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Swasta Raksana Medan.
4. Tahun 2015, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.
5. Tahun 2018, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN III Kebun Bandar Betsy.

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT dengan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan segala kemudahan, kelancaran serta seluruh nikmat yang sangat besar dan tidak henti – hentinya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN BUAH APEL FUJI IMPOR DI BRASTAGI SUPERMARKET MEDAN**. Dimana skripsi ini sangat dibutuhkan penulis sebagai kelengkapan memperoleh gelar sarjana pertanian pendidikan strata satu (S1) program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan berupa bimbingan dan petunjuk serta arahan yang sangat berharga dari segala pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Misli Lubis dan Ibunda Jumisah, AMK.  
Abang tercinta Brigadir Muhammad Reza Fahlevi Lubis, Kakak tercinta Milly Amelia Lubis, Amkeb yang telah memberikan do'a dan dukungan moril serta materil sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
2. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P.,M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Ibu Sasmita Siregar, S.P., M.Si selaku Ketua komisi pembimbing atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Ira Apriyanti, S.P., M.Sc selaku Anggota komisi pembimbing atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak / Ibu Dosen serta Biro Administrasi pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Kepada teman - teman tercinta Siti Sundari Nurma, Rahmawati Imandari, Jian Utami, Dwi Fitriani, Gania Andam, Aprilda Dirja, Rosidah yang telah memberikan perhatian dan dukungannya kepada penulis selama perkuliahan.
8. Teman – teman tersayang khususnya Agribisnis 5 yang telah memberikan perhatian dan dukungannya kepada penulis selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dengan demikian penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan pada penulisan skripsi ini.

Medan, Maret 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	3
Tujuan Penelitian .....	3
Manfaat Penelitian .....	4
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
Klasifikasi dan Kegunaan Buah .....	5
Perilaku Konsumen.....	7
Model Perilaku Konsumen.....	7
Teori - Teori Perilaku Konsumen .....	8
Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9
Permintaan.....	11
Penelitian Terdahulu .....	12
Kerangka Pemikiran .....	15
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
Metode Penelitian .....	17
Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	17
Metode Penarikan Sampel.....	17
Metode Pengumpulan Data .....	17
Metode Analisis Data.....	18
Definisi dan Batasan Operasional.....	23

<b>DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
Sejarah Berdiri Perusahaan .....	24
Visi dan Misi Perusahaan.....	24
Struktur Organisasi Perusahaan.....	25
Karakteristik Responden Brastagi Supermarket Medan .....	28
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
Karakteristik Berdasarkan Usia .....	28
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	29
Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....	29
Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	30
Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	30
Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi Buah Apel Fuji Impor .....	31
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>32</b>
Pengaruh Pendapatan, , Jumlah Tanggungan, Harga Apel Fuji Dan Harga Apel Merah terhadap Permintaan Apel Fuji Impor .....	32
Uji Secara Serempak (Uji F) .....	34
Uji Secara Parsial (Uji t) .....	35
Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Berdasarkan Atribut – Atribut Buah Apel Fuji Impor .....	39
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>41</b>
Kesimpulan.....	41
Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>42</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Data Apel Impor Dari Tahun 2013-2017.....	2
2.	Kandungan Gizi Apel.....	6
3.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	28
5.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	29
6.	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	29
7.	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	30
8.	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan .....	30
9.	Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi Buah Apel Fuji Impor.....	31
10.	Hasil Uji Validitas.....	32
11.	Hasil Uji Reliabilitas .....	33
12.	Hasil Uji Multikolineritas .....	34
13.	Hasil Uji Glejser.....	35
14.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
15.	Rekapitulasi Jawaban Responden .....	39

**DAFTAR GAMBAR**

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kurva Permintaan.....	11
2.	Skema Kerangka Pemikiran .....	15
3.	Struktur Organisasi Brastagi Supermarket Medan.....	26

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden.....	44
2.	Pendapatan Terhadap Permintaan .....	45
3.	Pendidikan Terhadap Permintaan .....	46
4.	Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan .....	47
5.	Pengeluaran Konsumsi Terhadap Permintaan .....	48
6.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Warna.....	49
7.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Manfaat .....	49
8.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Kesegaran.....	49
9.	Jawaban Responden Terhadap Atribut Rasa .....	49
10.	Hasil Uji Validitas .....	50
11.	Hasil Uji Reliabilitas .....	52
12.	Uji Multikolinearitas .....	53
13.	Uji Heteroskedastisitas .....	53
14.	Uji Normalitas.....	54
15.	Hasil Regresi Linier Berganda .....	55

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Indonesia memiliki sektor pertanian yang mempunyai peran penting dalam perekonomian. Berbagai subsektor yang dapat dikembangkan dari potensi sumberdaya alam pertanian Indonesia. Subsektor pertanian yang dikembangkan pemerintah Indonesia tidak hanya dari tanaman pangan, tanaman perkebunan, melainkan juga tanaman hortikultura seperti sayuran dan buah-buahan (Kementan, 2015).

Pertanian di Indonesia merupakan penyangga perekonomian yang memberikan kontribusi besar bagi perkembangan ekonomi kerakyatan. Hasil-hasil pertanian di Indonesia mampu dijadikan komoditas unggul dalam persaingan global. Indonesia termasuk negara yang berbasis agraris, namun untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri masih harus melakukan impor beberapa komoditas-komoditas pertanian yaitu diantaranya buah apel. Buah Apel adalah jenis buah-buahan subtropis. Sehingga Indonesia yang beriklim tropis harus mengimpor apel dari negara lain seperti Tiongkok dan Amerika Serikat (AS). Secara total pasar (market) apel impor di Indonesia dikuasai oleh Tiongkok 50%, AS 38%, Prancis 10%, dan sisanya Australia, Jepang dan Selandia Baru.

Maraknya buah impor memenuhi sentra pasar buah di Indonesia tidak terlepas dan tidak terpenuhinya buah lokal dalam memenuhi kebutuhan pasar. Jumlah buah lokal yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah permintaan. Sebagai alternatif, konsumen beralih ke buah impor yang selalu tersedia tanpa mengenal musim. Keterbatasan buah lokal menyebabkan pedagang menjual buah impor yang lebih mudah diperoleh. Besarnya perbedaan antara produksi buah dengan permintaannya menyebabkan meningkatnya volume impor buah ke Indonesia.

**Tabel 1. Data Apel Impor Dari Tahun 2013-2017**

<b>Tahun</b>	<b>Berat Bersih (Kg)</b>	<b>Nilai CIF (US \$)</b>
2013	12.797,166	14.206.440
2014	10.874,316	12.903.944
2015	7.761,309	9.802.253
2016	10.323,556	13.122.663
2017	12.785,168	14.106.440

*Sumber : Badan Pusat Statistika (BPS).*

Dari data diatas, konsumsi masyarakat terhadap buah apel yang cenderung mengalami peningkatan, membuat impor apel juga mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan terjadinya pergeseran konsumsi buah, dari buah lokal menjadi buah impor. Perubahan gaya hidup (life style) masyarakat telah merubah pola dan gaya konsumsi produk-produk agribisnis yang telah meluas pada dimensi psikologis dan kenikmatan. Perubahan ini menyebabkan meningkatnya tuntutan keragaman produk dan keragaman kepuasan (Novera *dkk*, 2015).

Pada saat ini pertumbuhan supermarket akan mengikuti perkembangan klaster dengan penduduk dengan golongan pendapatan tinggi yang membutuhkan kenyamanan dan pelayanan yang lebih baik serta mampu membayar dengan harga yang lebih tinggi. Di samping itu pasar *fresh foods* yang selama ini terdapat di pasar-pasar tradisional, terbatas jam pelayanannya, karena biasanya pasar tradisional hanya buka pada pagi hingga siang hari. Konsumen yang biasanya bekerja sampai sore hari biasanya lebih memilih pasar ritel (modern) yang dipercaya dan lebih nyaman untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli disaat sore atau malam hari.

Brastagi Supermarket lebih menekankan pada pemenuhan kebutuhan *fresh product* khususnya buah lokal dan buah impor, yaitu buah impor Apel Fuji yang banyak dikonsumsi dan lebih diminati daripada buah apel lokal. Oleh karena itu berbagai tanggapan dari pelanggan perlu diterima sebagai masukan yang berharga bagi pengembangan dan strategi perusahaan selanjutnya. Pembelian konsumen merupakan nafas bagi perusahaan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti **"Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Buah Apel Fuji Impor Di Brastagi Supermarket Medan"**.



### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang mendasari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji dan harga apel merah terhadap permintaan buah apel fuji impor di Brastagi Supermarket Medan?
2. Bagaimana perilaku konsumen(berdasarkan atribut warna, manfaat, kesegaran dan rasa) terhadap permintaan buah apel fuji impor di Brastagi Supermarket Medan?

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mengetahui dan menganalisis pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji dan harga apel merah terhadap permintaan buah apel fuji impor di Brastagi Supermarket Medan.
2. Untuk Mengetahui perilaku konsumen (berdasarkan atribut warna, manfaat, kesegaran dan rasa) terhadap permintaan buah apel fuji impor di Brastagi Supermarket Medan.

### **Manfaat Penelitian**

1. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji dan harga apel merah terhadap permintaan buah apel fuji impor di Brastagi Supermarket Medan.
2. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumen (berdasarkan atribut warna, manfaat, kesegaran dan rasa) buah apel fuji impor di Brastagi Supermarket Medan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Klasifikasi dan Kegunaan Buah**

Apel (*Malus domestica*) merupakan tanaman buah tahunan berasal dari Asia Barat yang beriklim sub tropis. Apel dapat tumbuh di Indonesia setelah tanaman apel ini dapat beradaptasi dengan iklim Indonesia. Sayangnya daerah di Indonesia yang cocok untuk ditanami apel masih sangat terbatas.

Berikut adalah klasifikasi Apel sebagai berikut :

Kingdom : Plantae

Subkingdom	: Tracheobionta
Superdivisi	: Spermatophyta
Divisi	: Magnoliophyta
Kelas	: Dicotyledone
Subkelas	: Rosidae
Ordo	: Rosales
Famili	: Rosaceae
Genus	: Malus
Spesies	: <i>Malus domestica</i>

Varietas apel impor dari spesies (*Malus domestica*) contohnya Apel *Fuji*, Apel *Red delicious*, Apel *Granny smith*, Apel *Golden Delicious*, dan lain-lain, sedangkan contoh varietas Apel lokal yaitu Apel *Rome Beauty*, Apel *Manalagi*, Apel *Merah* dan Apel *Anna*. Apel (*Malus domestica*) memiliki banyak manfaat, diantaranya untuk menurunkan kolesterol dalam darah, penstabil gula darah, penurun tekanan darah, agen anti kanker, dan untuk program diet. Seiring dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat akan manfaat buah Apel bagi kesehatan merupakan salah satu alasan tingginya meningkatnya kebutuhan buah Apel di masyarakat.

**Tabel 2. Kandungan Gizi Apel**

<b>Zat Gizi</b>	<b>Jumlah Terkandung</b>
Energi	58,0 Kal
Protein	0,30 g
Lemak	0,40 g
Karbohidrat	14,90 g
Kalsium	6,00 mg
Fosfor	10,00 mg

Serat	0,07 g
Besi	1,30 mg
Vit A	24 RE
Vit B1	0,04 mg
Vit B2	0,03 mg
Vit C	5,00 mg
Niacin	0,10 g

---

Kandungan apel berupa zat yang berguna bagi tubuh manusia diantaranya pektin (sejenis serat), quersetin (bahan anti kanker dan anti radang) serta vitamin A, vitamin B dan vitamin C yang tinggi merupakan sebagian alasan mengapa ahli gizi sangat menganjurkan masyarakat untuk mengonsumsi buah apel secara teratur. Beberapa persoalan kesehatan seperti susah buang air besar, obesitas, kolesterol tinggi, arthristis dan lainnya dapat diatasi dengan terapi buah apel. Kandungan anti oksidan yang sangat tinggi juga menjadi alasan tingginya konsumsi buah apel oleh masyarakat sebagai upaya pencegahan terhadap penyakit dan disfungsi kesehatan tubuh lainnya.

### **Perilaku Konsumen**

Adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik untuk menggunakan, mengonsumsi, maupun menghabiskan barang dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul. Yang termasuk kedalam perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga produk atau jasa tersebut.

### **Model Perilaku Konsumen**

Model perilaku konsumen terdapat 3 dimensi, yaitu : stimulus pemasaran dan stimulus lain, kotak hitam konsumen, respon konsumen.

#### 1. Stimulus ganda (stimulus pemasaran dan stimulus lain)

Stimulus yang dijalankan produsen atau pemasar, bisa berupa strategi bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi), dan stimulus lain yang berupa kondisi ekonomi, politik, budaya yang dirancang untuk mempengaruhi dan memotivasi perilaku konsumen agar mau melakukan pembelian produk.

#### 2. Kotak hitam konsumen

Dimensi kedua dari model perilaku konsumen adalah kotak hitam konsumen, yang mencakup (a) karakteristik konsumen dan (b) proses pengambilan keputusan konsumen. Contoh karakteristik konsumen adalah jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, kelas sosial, budaya, dan sebagainya. Proses pengambilan keputusan konsumen dimulai dengan dirasakannya beberapa masalah, yaitu kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan, pencarian, informasi, pengevaluasian, pembuatan keputusan pembelian, dan diakhiri dengan pasca pembelian.

#### 3. Respon Konsumen

Dimensi ketiga dari model perilaku konsumen adalah respon konsumen terhadap stimulus produsen/pemasar. Respon konsumen bisa berupa tindakan membeli atau tidak membeli produk yang ditawarkan produsen/pemasar. Selanjutnya akan dipaparkan tentang faktor – faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

### **Teori – Teori Perilaku Konsumen**

Menurut Ariely dan Zauberan (2006), “perilaku konsumen merupakan tindakan – tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang – barang atau jasa ekonomis yang dipengaruhi lingkungan”.

Menurut Griffin (2005), perilaku konsumen adalah semua kegiatan , tindakan, serta psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, atau menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal – hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut Mowen dan Minor (2002), perilaku konsumen adalah studi unit – unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan dan pembelian, dan penentuan barang, jasa dan ide.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000), mendefinisikan perilaku konsumen sebagai “perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka”.

### **Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Ada tiga faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu sebagai berikut :

#### **1. Faktor Psikologis**

Faktor psikologis yaitu mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen. Sikap adalah suatu kecenderungan yang

dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Sikap mempengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan mempengaruhi sikap. Kepribadian merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen. Kepribadian adalah pola individu untuk merespon stimulus yang muncul dari lingkungannya. Termasuk didalam kepribadian adalah opini, minat, dan prakarsa. Pembelajaran berdampak pada adanya perubahan. Seorang individu/konsumen dikatakan belajar jika ada perubahan ke arah yang lebih baik dalam tiga aspek (kognitif, afektif, dan psikomotor) yang bersifat relatif permanen. Konsumen akan belajar setelah mendapat pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain. Setelah membeli dan mengonsumsi produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas. Jika puas, konsumen akan melakukan pembelian lagi di lain waktu. Sebaliknya, jika tidak puas, konsumen tidak akan melakukan pembelian lagi di lain waktu.

## 2. Faktor Situasional

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu belanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian. Keadaan sarana dan prasarana tempat belanja mencakup tempat parkir, gedung, eksterior dan interior toko, pendingin udara, penerangan/pencahayaan, tempat ibadah, dan sebagainya. Waktu berbelanja bisa pagi, siang, sore atau malam hari. Waktu yang tepat untuk berbelanja bagi setiap orang tentu berbeda. Orang yang sibuk bekerja pada pagi hari akan memilih waktu belanja pada sore hari atau malam hari. Kondisi saat pembelian produk adalah sehat, senang, sedih, atau kecewa. Kondisi

konsumen saat melakukan pembelian akan mempengaruhi pembuatan keputusan pembelian.

### 3. Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup undang-undang/peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya.

a. Sebelum memutuskan untuk membeli produk, konsumen akan mempertimbangkan apakah pembelian produk tersebut diperbolehkan atau tidak oleh aturan dan undang – undang yang berlaku. Jika diperbolehkan, konsumen akan melakukan pembelian. Namun, jika dilarang oleh undang – undang atau peraturan (daerah, regional, nasional, bahkan internasional), konsumen tidak akan melakukan pembelian.

b. Keluarga terdiri atas ayah, ibu dan anak. Anak yang baik tentu akan melakukan pembelian produk jika ayah atau ibunya menyetujui. Karena orang tua mengetahui produk apa yang harus dibeli atau tidak.

c. Untuk kelompok referensi, contohnya kelompok referensi untuk ibu – ibu (kelompok pengajian, PKK, dan arisan), remaja (kelompok boy band, girl, tim basket idola, dan tim bola terkenal), dan bapak – bapak (kelompok pengajian, kelompok penggemar motor besar, kelompok bola, dan lain – lain).

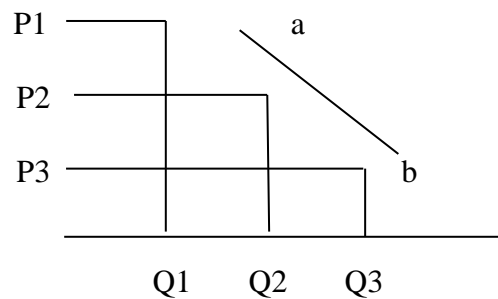
d. Untuk kelas sosial yang ada di masyarakat, contohnya kelas atas, menengah, dan bawah.

e. Untuk budaya, mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor budaya mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan, diantaranya dalam hal gaya hidup, nilai - nilai atau norma – norma, kepercayaan, selera, dan kelas sosial masyarakat.



## Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi. Menurut hukum ekonomi semakin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2009).



**Gambar 1. Kurva permintaan**

Ada beberapa faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan, yaitu:

1. Harga Barang atau Jasa

Harga barang atau jasa sangat mempengaruhi jumlah permintaan barang atau jasa itu sendiri, apabila harga suatu barang atau jasa naik maka permintaan terhadap barang atau jasa tersebut akan turun. Sebaliknya, bila harga turun maka permintaan akan naik.

2. Pendapatan

Bila pendapatan pembeli atau konsumen meningkat maka permintaan terhadap barang atau jasa cenderung akan bertambah. Sebaliknya, bila pendapatan menurun maka permintaan terhadap barang atau jasa akan berkurang.

3. Intensitas Kebutuhan

Intensitas kebutuhan adalah mendesak tidaknya suatu kebutuhan. Bila kebutuhan akan barang atau jasa bersifat mendesak maka permintaan akan barang atau jasa tersebut akan meningkat. Contohnya, menjelang musim hujan orang akan terdesak untuk membeli payung dan jas hujan, sehingga permintaan terhadap dua barang tersebut akan meningkat.

#### 4. Selera

Bila selera konsumen pada suatu barang atau jasa sedang naik, permintaan terhadap barang atau jasa tersebut akan meningkat. Selera remaja yang tinggi pada suatu produk membuat permintaan akan produk tersebut meningkat. Demikian pula sebaliknya.

#### 5. Harga Barang Substitusi

Apabila harga dari barang substitusi lebih murah maka orang akan beralih pada barang substitusi tersebut. Akan tetapi jika harga barang substitusi naik maka orang akan tetap menggunakan barang semula.

### **Penelitian Terdahulu**

Fery (2015), melakukan penelitian berjudul Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Apel Fuji Dan Buah Jeruk Mandarin Di Pasar Johar Kota Semarang. Berdasarkan hasil dari penelitian dapat disimpulkan karakteristik konsumen apel fuji dan jeruk mandarin mayoritas berasal dari kalangan usia 31-40 tahun, dengan pendapatan Rp. 2.000.000-3.000.000/bulan, berprofesi sebagai ibu rumah tangga, dengan tingkat pendidikan terakhir SMU, mempunyai jumlah anggota keluarga antara 3-4 orang. Pada proses keputusan pembelian konsumen apel fuji dan jeruk mandarin mayoritas konsumen menunjukkan motivasi pembelian yang sama untuk

mengonsumsi apel fuji dan jeruk mandarin sebagai kebiasaan, sedangkan manfaat yang dicari adalah mendapatkan rasa segar. Pertimbangan untuk membeli buah apel fuji dan jeruk mandarin mayoritas konsumen mempunyai pertimbangan yang sama yaitu pertimbangan rasa yaitu sebesar 26 konsumen atau 59,09 persen untuk Jeruk Mandarin dan 30 konsumen atau 68,18 persen untuk Apel Fuji. Konsumen mayoritas melakukan pembelian secara terencana dengan disertai seorang penentu keputusan dalam membeli yaitu ibu. Faktor - faktor yang mempengaruhi permintaan apel fuji di pasar johar adalah faktor usia, pendapatan, harga apel fuji. Faktor - faktor yang mempengaruhi permintaan jeruk mandarin di pasar johar adalah faktor pendapatan dan harga Jeruk Mandarin.

Reza (2015), dengan judul skripsi “ Analisis Sikap Konsumen Buah Apel dan Pear Impor di Pasar Buah Sudirman Pekanbaru Baru. Hasil penelitian dapat disajikan informasi distribusi responden yang berasal dari 50 orang responden buah apel impor dan 50 orang responden buah pear impor terdiri dari, jenis kelamin, usia, suku, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, tanggungan, frekuensi membeli buah impor/bulan, dan jenis buah impor yang dibeli/dikonsumsi. Sikap konsumen terhadap pembelian buah apel dan pear impor menunjukkan bahwa konsumen meyakini atribut vitamin yang terkandung, manfaat bagi kesehatan, rasa, dan kemudahan memperoleh, merupakan atribut yang paling diyakini. Sikap konsumen terhadap pembelian buah apel dan pear impor bernilai (119,60, dan 124,17), secara keseluruhan nilai sikap konsumen terhadap produk buah apel dan pear impor dinilai baik, hal ini menunjukkan adanya kecenderungan konsumen untuk mengonsumsi buah apel dan pear impor.

Riandika (2017), dengan judul skripsi “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Apel Impor di Hypermart Sun Plaza. Model pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel aksidental (*accidental sampling*) yaitu menentukan sampel berdasarkan orang yang ditemui secara kebetulan. Sampel yang diteliti sebanyak 30 sampel konsumen apel impor. Metode yang digunakan adalah regresi linear berganda dan deskriptif dengan alat bantu perangkat lunak SPSS.

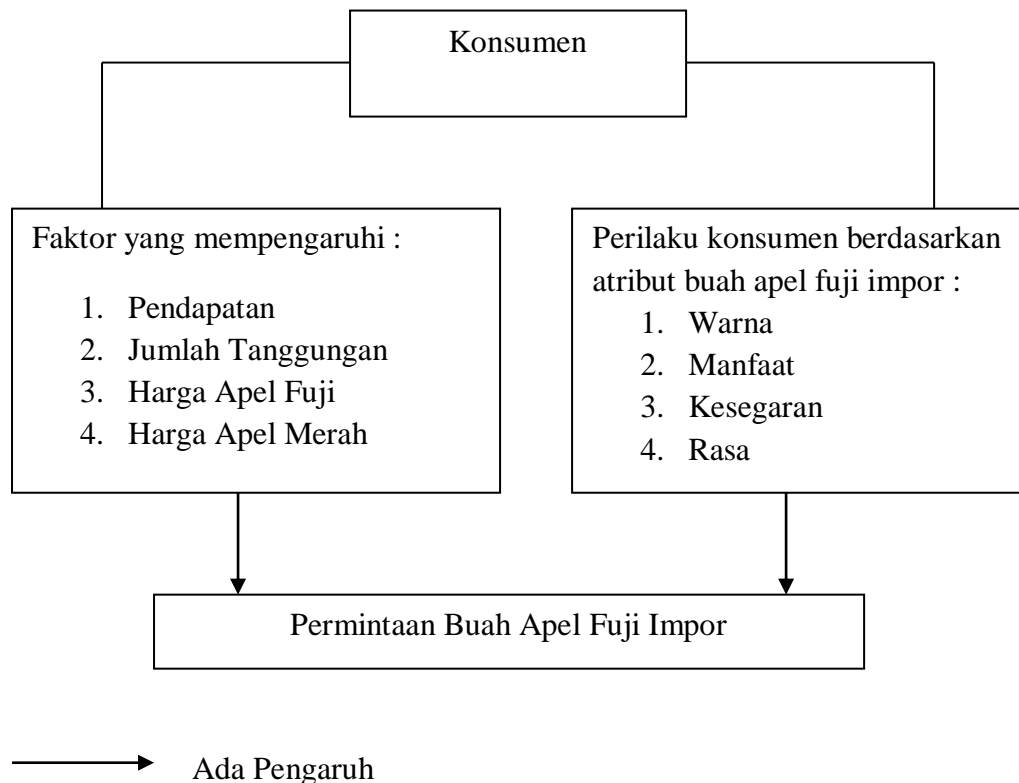
Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan (serempak) jumlah permintaan apel impor dipengaruhi oleh harga, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah tanggungan sebesar 68,6%, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 31,4,7%. Hasil pengujian secara statistik diperoleh nilai Multiple R sebesar 0,854 yang mengartikan bahwa secara menyeluruh ada hubungan yang erat antara harga, tingkat pendidikan, pendapatan dan jumlah tanggungan terhadap permintaan apel impor sebesar 85,4.

### **Kerangka Pemikiran**

Perubahan pola hidup masyarakat terhadap kepedulian keamanan pangan ditunjukkan dengan pemilihan produk yang akan dibelinya. Perilaku konsumen terhadap permintaan buah apel fuji impor dipengaruhi oleh pendapatan, pendidikan, jumlah tanggungan dan harga. Konsumen akan mempunyai persepsi tersendiri terhadap setiap produk karena setiap produk akan memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat dan kepuasan kebutuhan dari setiap konsumen. Dalam pembelian buah apel fuji impor atribut yang

mempengaruhi perilaku konsumen berdasarkan atribut yaitu warna, manfaat, kesegaran, dan rasa.

Dari penjelasan di atas, maka dapat digambarkan skema rangkaian penelitian sebagai berikut:



**Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran**

#### Hipotesis Penelitian

Ho: Tidak ada pengaruh antara pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji, dan harga apel merah terhadap permintaan buah apel fuji impor.

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh antara pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji, harga apel merah terhadap permintaan buah apel fuji impor.

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Metode Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung lapangan. Metode studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditemukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

### **Metode Penentuan Lokasi**

Penentuan daerah penelitian ditentukan secara purposive yaitu sampel ditentukan secara sengaja. Lokasi yang dipilih merupakan salah satu Supermarket yang pembelinya adalah konsumen akhir dan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yakni di Brastagi Supermarket Medan.

### **Metode Penarikan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di Brastagi Supermarket Medan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan kebetulan, maka sampel penelitian adalah konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat melakukan transaksi pembelian apel fuji impor. Menurut Sugiyono, 2016 “Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”, dengan demikian peneliti menentukan Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 40 orang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Adapun kuisioner yang digunakan adalah kuisioner tertutup, dimana peneliti

memberikan sejumlah pernyataan untuk diisi oleh responden mengenai apa yang dialami, dirasakan, dan dilakukannya tentang variabel-variabel penelitian yang dipersepsikan dengan memberikan pilihan jawaban. Kuisisioner dalam penelitian ini didesain dengan model skala likert dibuat dengan 5 alternatif jawaban, dengan rumusan sebagai berikut :

- |     |                        |            |
|-----|------------------------|------------|
| SS  | : Sangat Setuju,       | nilainya 5 |
| S   | : Setuju,              | nilainya 4 |
| KS  | : Kurang Setuju,       | nilainya 3 |
| TS  | : Tidak Setuju,        | nilainya 2 |
| STS | : Sangat Tidak Setuju, | nilainya 1 |

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan pembahasan, serta laporan tertulis dari pihak yang terkait baik data ataupun dokumen yang sesuai dengan pembahasan ini. Sumber lainnya diperoleh dari jurnal, koran, majalah maupun internet yang atau sumber lainnya yang berkaitan dengan dengan penelitian.

### **Metode Analisis Data**

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel kemudian dijelaskan secara deskriptif. Sebelum data diuji dengan alat pengujian, diperlukan beberapa langkah pengujian data terlebih dahulu, yaitu melalui uji validitas dan uji realibilitas.

### **Uji Validitas dan Reabilitas**

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuisisioner, uji validitas dan reabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuisisioner layak digunakan sebagai instrumen penilaian atau tidak.

a. Uji Validitas

Uji ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Dalam uji ini setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing – masing item yang ada didalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut.

b. Uji Reliabilitas

Uji bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach*, digunakan untuk menentukan instrumen penelitian reliabel atau tidak.

### **Uji Asumsi Klasik**

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi untuk menguji hipotesis penelitian. Analisis regresi mengahruskan beberapa asumsi yang harus dipenuhi yaitu, sebagai berikut :

a. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Deteksi terhadap ada tidaknya multikolineritas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *Variances*



*Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ .

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedistisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Dengan dasar analisis bahwa jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas titik, serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah data diuji dan telah memenuhi syarat pengujian maka data kemudian dianalisis, Untuk menjawab permasalahan pertama yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi merupakan alat analisis yang menjelaskan tentang akibat-akibat dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh satu atau lebih variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y). Metode ini digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen yaitu (pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji, dan harga apel merah) terhadap variabel dependen (permintaan buah apel fuji impor).

Rumus yang digunakan :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

Dimana :

Y = Permintaan Buah Apel Fuji Impor

a = Konstanta / intercept

b = Koefisien Regresi

x<sub>1</sub> = Pendapatan (Rp/bulan)

x<sub>2</sub> = Jumlah Tanggungan (Jiwa)

x<sub>3</sub> = Harga Apel Fuji (Rp/Kg)

x<sub>4</sub> = Harga Apel Merah (Rp/Kg)

e = Error

Model regresi yang sudah memenuhi syarat asumsi klasik akan digunakan untuk menganalisis kelanjutan data melalui pengujian hipotesis sebagai berikut :

a. Uji F (Serempak)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya (X1, X2, X3, X4) secara bersama – sama mempunyai pengaruh yang nyata atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Dengan kriteria uji sebagai berikut :

Jika  $\text{sig} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.

Jika  $\text{sig} < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima.

b. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh masing – masing variabel bebas (X1,X2,X3,X4) terhadap variabel terikat (Y) apakah nyata atau tidak.

Dengan kriteria uji sebagai berikut :

Jika  $\text{sig} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima.

Jika  $\text{sig} < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima.

**Analisis Deskriptif**

Untuk menjawab rumusan masalah kedua yaitu menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan skala likert untuk menganalisa kriteria perilaku konsumen berdasarkan atribut – atribut pada buah apel fuji impor yaitu warna, manfaat, kesegaran dan rasa. Data yang merupakan identitas responden dan proses pengambilan keputusan pembelian dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipresentasikan berdasarkan jumlah responden. Presentase yang terbesar merupakan faktor yang dominan dari masing – masing variabel yang diteliti.

### **Definisi dan Batasan Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran, maka dibuatlah beberapa definisi dan batasan operasional sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilaksanakan di Brastagi Supermarket Medan Jalan Jendral Gatot Subroto No.288.
2. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2018 sampai Februari 2019.
3. Responden adalah orang yang melakukan pembelian buah apel fuji impor di lokasi penelitian. Responden dalam penelitian ini sebanyak 40 responden.
4. Perilaku Konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.
5. Usia adalah umur konsumen pada saat diwawancarai, dibagi ke dalam lima kategori yaitu usia 19-24 tahun (dewasa awal), 25-35 tahun (dewasa lanjut), 36-50 tahun (separuh baya), 51-65 tahun (tua), dan lebih dari 65 tahun (lanjut usia).
6. Pendapatan adalah besarnya uang yang diperoleh responden setiap bulannya.
7. Jumlah Tanggungan adalah jumlah anggota keluarga responden.
8. Harga adalah pengeluaran konsumen dalam membeli buah apel fuji impor.
9. Apel impor pada penelitian ini adalah apel fuji alfa biru.
10. Atribut pada buah apel fuji impor meliputi warna, manfaat, kesegaran dan rasa.

## **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **Sejarah Berdirinya Perusahaan**

Sebelum berdirinya Brastagi Supermarket, perusahaan ini berdiri dengan nama “Supermarket Club Store” yang menjual berbagai perlengkapan atau kebutuhan sehari-hari sama seperti yang terdapat di Brastagi Supermarket. Setelah Supermarket Club Store Jl. Gatot Subroto tidak beroperasi lagi atau tutup, manajemen PT.CBU dengan mitranya dari Jakarta membeli gedung eks.Clubstore. Brastagi Supermarket berasal dari CV. Sumber Segar Utama (CV.SSU) yaitu sebuah perusahaan Pasar Buah Brastagi (PT.Central Buah Utama/CBU) yang berada di jalan Wajir Medan. Untuk memperluas pasarnya, maka Pasar Buah Brastagi membentuk sebuah manajemen untuk mengelola usaha barunya tepatnya di Brastagi Supermarket di jalan Gatot Subroto Medan.

Brastagi Supermarket berdiri pada tanggal 6 Juni 2006 dan mulai beroperasi di gedung eks.clubstore. Sejak berdirinya hingga sekarang Brastagi Supermarket disebut sebagai supermarket yang tetap bertahan dan maju, walaupun berdampingan dengan supermarket raksasa lainnya seperti Carefour yang berada di Jl. Gatot Subroto Medan No. 288.

### **Visi dan Misi Perusahaan**

#### **1. Visi Brastagi Supermarket Medan**

Brastagi Supermarket Medan mempunyai visi :

“Menjadikan Brastagi Supermarket tempat yang aman dan nyaman untuk tempat berbelanja keluarga”.

#### **2. Misi Brastagi Supermarket Medan**

##### **a. Misi Internal**

1. Brastagi Supermarket Medan akan menjadi salah satu pilihan utama tempat berbelanja bagi warga Medan secara universal, kepada customer-middle (menengah) dan middle-up (atas).
2. Brastagi Supermarket Medan merupakan sebuah tempat proses transformasi yang dapat menjadi framework, landasan berpikir dan bekerja secara efektif dan efisien dalam menempatkan diri, mengembangkan organisasi, strategi, taktik dan komunikasi sehingga seluruh SDM dan pihak terkait dapat bekerja sepenuh hati dan jiwa.
3. Melalui Brastagi Supermarket Medan menjadikan semua karyawan dapat mengelola diri sendiri lebih baik, sehingga mencerminkan karakter pemimpin, karakter pemenang yang memiliki jiwa entrepreneurship (jiwa berwirausaha) untuk diimplementasikan.

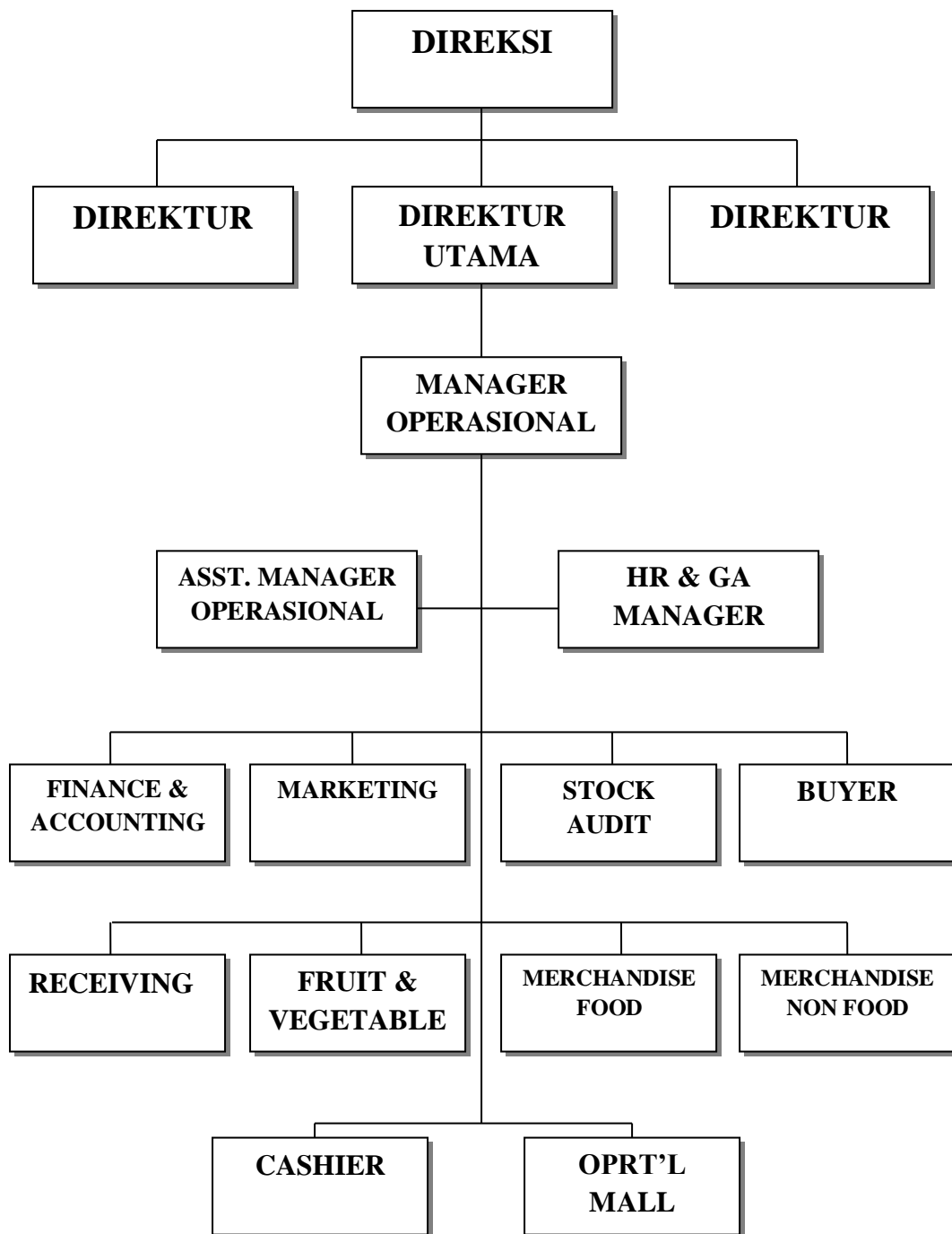
b. Misi Eksternal

“Brastagi Supermarket Medan turut berperan serta untuk memajukan lingkungan sekitar Brastagi Supermarket Medan melalui pembinaan UKM, pelatihan kewirausahaan, dan pelatihan lainnya untuk mengembangkan kepribadian positif dan ekonomi kerakyatan”.

### **Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi Brastagi Supermarket Medan digambarkan pada

### **Gambar.3**



**Gambar 3. Struktur Organisasi Brastagi Supermarket Medan**

### 1. Direksi

Adalah pengurus atau (dewan) pimpinan perusahaan yang memimpin berdirinya perusahaan tersebut serta memiliki saham yang cukup besar dibandingkan para pemegang saham perusahaan yang lainnya. Direksi memiliki tiga (3) direktur yaitu: Direktur Utama dan 2 orang Direktur.

### 2. Direktur Utama

Tugas direktur utama dan direktur lainnya adalah memberikan bimbingan melalui pengarahan, nasihat, bantuan, penerangan (penjelasan), dan sebagainya.

### 3. Operational Manager

Manajer operasinal bertanggung jawab secara operasional atas keseluruhan 4000-toko yang terdapat di dalam lingkungan Brastagi Supermarket Jl. Gatot Subroto Medan. Terdapat dua (2) jabatan yang turut membantu manajer operasional dalam memegang dan bertanggung jawab atas operasional perusahaan yaitu:

a. Assistance Manager

b. HR & GA Manager

Brastagi Supermarket Medan mempunyai 10 departemen, yaitu:

a. Finance & Accounting

b. Marketing

c. Stock Audit

d. Buyer

e. Receiving

f. Fruit & Vegetables

g. Merchandise Non Food, Food, Cashier, dan OPRT' Mall



## Karakteristik Responden Brastagi Supermarket Medan

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada brastagi supermarket medan dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pria	5	5,5
2	Wanita	35	94,5
	Total	40	100

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Brastagi Supermarket Medan, jumlah responden wanita mendominasi yaitu 35 orang atau 94,5 % dan pria 5 orang atau 5,5%, hal ini sesuai dengan peran dari para wanita yang senang atau biasa berbelanja khususnya buah apel fuji impor. Responden pria berbelanja pada malam hari dengan alasan utama adalah menemani istri atau pasangannya dan keluarga, sekaligus melepas kejenuhan aktivitas dan membeli kebutuhan bulanan.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia pada brastagi supermarket medan dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	19-24	1	2,5
2	25-35	26	65
3	36-50	7	17,5
4	51-65	5	12,5
5	65-70	1	2,5
	Total	40	100

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Brastagi Supermarket Medan, rata – rata responden lebih menyebar namun masih pada umur produktif. Umur yang mendominasi

antara umur 25-35 tahun sebanyak 26 orang atau 65%, sisanya umur 36-50 tahun sebanyak 7 orang atau 17,5% dan 51-65 tahun sebanyak 5 atau 12,5%

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada brastagi supermarket medan dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	PNS	2	5
2	Pegawai Swasta	26	65
3	Wiraswasta	12	30
	Total	40	100

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Brastagi Supermarket Medan, pekerjaan responden didominasi oleh pegawai swasta sebanyak 26 orang atau 65%. Sisanya responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 12 orang atau 30% dan PNS sebanyak 2 orang atau 5%.

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan pada brastagi supermarket medan dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

No	Penghasilan per Bulan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.500.000	20	50
2	Rp. 3.600.000 - Rp. 5.600.000	17	42,5
3	Rp. 5.700.000 – Rp. 7.700.000	3	7,5
	Total	40	100

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Brastagi Supermarket Medan, penghasilan responden perbulan didominasi oleh Rp. 3.500.000 - Rp. 5.600.000 atau sebanyak 42,5%, dimana konsumennya didominasi oleh etnis keturunan cina, karena konsumensuka membeli buah - buahan khususnya apel fuji.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada Brastagi Supermarket medan dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SMA	26	65
2	Diploma	7	17,5
3	Sarjana (S1)	7	17,5
	Total	40	100

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Brastagi Supermarket Medan, pendidikan terakhir responden didominasi oleh SMA sebanyak 26 orang atau 65%. Sisanya responden yang tamatan Sarjana (S1) sebanyak 7 orang atau 17,5%, dan Diploma sebanyak 7 orang atau 17,5%.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan

Karakteristik responden berdasarkan jumlah tanggungan pada brastagi supermarket medan dapat dilihat pada Tabel 8.

**Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan**

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 – 2	26	65
2	3 – 4	13	32,5
3	5 – 6	1	2,5
	Total	40	100

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Brastagi Supermarket Medan, jumlah tanggungan responden yang paling mendominasi sebanyak 0-2 orang dengan jumlah 26 responden atau 65%, dan jumlah tanggungan yang terkecil 5-6 orang dengan jumlah 1 responden atau 2,5%.

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi Buah Apel Fuji Impor**

Karakteristik responden berdasarkan harga apel fuji yang dibeli pada brastagi supermarket medan dapat dilihat pada Tabel 9.

**Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi Buah Apel Fuji Impor**

<b>No</b>	<b>Harga Apel Fuji</b>	<b>Jumlah (Jiwa)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Rp. 28.000 - Rp. 40.000	12	30
2	Rp. 41.000 - Rp. 60.000	18	45
3	Rp. 61.000 – 105.000	10	15
Total		40	100

*Sumber : Hasil Penelitian, 2019 (Data Diolah)*

Dari tabel diatas pada Brastagi Supermarket Medan, responden yang membeli apel fuji paling banyak sebesar Rp. 41.000 - Rp. 60.000 sebanyak 18 orang atau 45%, dan sebesar Rp. 28.000 - Rp. 40.000 sebanyak 12 orang atau 30%.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Pengaruh Pendapatan, Jumlah Tanggungan, Harga Apel Fuji, Dan Harga Apel Merah Terhadap Permintaan Apel Fuji Impor**

Untuk mengetahui pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji alfa biru, dan harga apel merah terhadap permintaan buah apel fuji impor, terlebih dahulu dilakukan uji secara serempak (uji F) dan uji secara parsial (uji t). Sebelum dilakukan Uji F dan Uji t, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk mengetahui kuisioner yang dibuat pada penelitian ini layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

#### **Uji Validitas**

Pertanyaan dinyatakan valid atau layak apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hasil validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 10. Hasil Uji Validitas**

<b>Pertanyaan</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel (n=40)</b>	<b>Keterangan</b>
Item 1	,437	,312	Valid
Item 2	,677	,312	Valid
Item 3	,615	,312	Valid
Item 4	,822	,312	Valid
Item 5	,569	,312	Valid
Item 6	,862	,312	Valid
Item 7	,644	,312	Valid
Item 8	,805	,312	Valid

---

*Sumber: Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 40 responden menghasilkan bahwa dari item 1 sampai item 8

dinyatakan valid. Hal ini dapat disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh pernyataan yang dibuat layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

### Uji Reliabilitas

Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 40 responden yang dinilai memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Hasil uji reliabilitas dilihat melalui nilai cronbach alpha pada tabel dibawah ini.

**Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas**

Pertanyaan	Cronbach alpha	Keterangan
Item 1	,766	Reliabel
Item 2	,741	Reliabel
Item 3	,754	Reliabel
Item 4	,726	Reliabel
Item 5	,758	Reliabel
Item 6	,724	Reliabel
Item 7	,754	Reliabel
Item 8	,729	Reliabel

*Sumber: Data Primer Diolah 2019*

Berdasarkan tabel 11 diatas dapat dilihat bahwa uji reliabilitas yang dilakukan kepada 40 responden menghasilkan 8 item. Yaitu pada item 1 nilai cronbach alpha sebesar ,776. Item 2 nilai cronbach alpha ,741. Item 3 nilai cronbach alpha,754. Item 4 nilai cronbach alpha ,726. Item 5 nilai cronbach alpha ,758. Item 6 nilai cronbach alpha ,724. Item 7 nilai cronbach alpha ,754. Item 8

nilai cronbach alpha ,729. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan dari item 1 sampai dengan item 8 nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel reliabel dan seluruh pernyataan yang dibuat dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolineritas

Deteksi terhadap ada tidaknya multikolineritas yaitu dengan melihat nilai *tolerances* serta nilai *Variant Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai  $VIF < 40$ . Hasil uji multikolineritas dapat dilihat pada hasil output *SPSS* berikut ini :

**Tabel 12. Hasil Uji Multikolineritas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pendapatan	,352	2,837
Jumlah Tanggungan	,802	1,247
Harga Apel Fuji	,416	2,403
Harga Apel Merah	,593	1,687

a. Dependent Variable: Permintaan

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan hasil uji multikolineritas diatas diperoleh hasil yaitu pendapatan nilai VIF (2,837), jumlah tanggungan nilai VIF (1,247), harga apel fuji (2,403), harga apel merah (1,687) pada kriteria pengujian jika nilai  $VIF < 10$ , Dengan demikian dapat dikatakan tidak terjadi korelasi yang sangat kuat antara setiap variabel bebas (independen).

b. Uji Heteroskedastisitas

Dasar pengambilan keputusan berguna sebagai pedoman atau acuan dalam menentukan sebuah kesimpulan atau keputusan atas hasil analisis yang telah dilakukan. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glesjer adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai Sig > 0,05 maka kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Jika nilai Sig < 0,05 maka kesimpulannya terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 13. Hasil Uji Glesjer**

Coefficients <sup>a</sup>		Sig.
Model		
1	(Constant)	,037
	Pendapatan	,930
	Jumlah_Tanggungan	,052
	Harga_Apel_Fuji	,795
	Harga_Apel_Merah	,061

a. Dependent Variable: abs\_RES

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Dari hasil uji glesjer diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karna nilai Sig > 0,05. Artinya data pada penelitian ini dapat untuk di regresikan.

c. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah distribusi data normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot*. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Hasil uji normalitas pada grafik *normal probability plot* dapat dilihat pada **Lampiran 14**.



### Uji Secara Serempak (Uji F)

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis dilakukan Uji F yaitu membandingkan sig dengan alpha (0,05). Untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan mengenai pengaruh Pendapatan ( $X_1$ ), Jumlah Tanggungan ( $X_2$ ), Harga Apel Fuji ( $X_3$ ) dan Harga Apel Merah ( $X_4$ ) terhadap permintaan buah apel fuji impor, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 14. Hasil Analisis Regresi**

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	Sig
Pendapatan	4,839	,000	,000
Jumlah Tanggungan	,006	,044	,894
Harga Apel Fuji	1,422	,000	,002
Harga Apel Merah	-,078	,040	,062
Konstanta	,419	,425	,330
Multiple R	,908	-	-
F-hit	41,141	-	-
R-Square	,805	-	-

*Sumber: Data Primer Diolah SPSS, 2019*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan pada persamaan berikut :

$$Y = 0,419 + 4,839 X_1 + 0,006 X_2 + 1,422 X_3 - 0,078 X_4 + e$$

Dari hasil pengujian SPSS diketahui bahwa nilai koefisien determinasi dari penelitian sebesar 0,805 atau 80,5%. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa secara serempak (simultan) pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji dan harga apel merah berpengaruh terhadap permintaan buah apel fuji impor dan selebihnya sebesar 19,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Nilai Multiple R sebesar 0,908 atau 90,8% yang berarti ada hubungan yang erat antara pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji dan harga apel merah terhadap permintaan.

Nilai Sig pada uji F (serempak) bernilai 0,000. Dengan dasar pengambilan keputusan apabila  $\text{Sig} < 0,05$  maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ . Artinya variabel pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji dan harga apel merah berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu permintaan.

#### **Uji Secara Parsial (Uji t)**

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk membuktikan dan melihat, apakah secara parsial faktor pendapatan ( $X_1$ ), jumlah tanggungan ( $X_2$ ), harga apel fuji ( $X_3$ ) dan harga apel merah ( $X_4$ ), berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan buah apel fuji impor ( $Y$ ) di Brastagi Supermarket Medan,

#### **Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Apel Fuji Impor**

Dari hasil uji parsial, diperoleh nilai Sig  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti pendapatan berpengaruh nyata terhadap permintaan buah apel fuji impor. Hal ini sehubungan dengan faktor pendapatan yang memang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi akan suatu produk. Ketika pendapatan meningkat, maka jumlah konsumsi pun akan meningkat seiring peningkatan pendapatan konsumen.

#### **Pengaruh Jumlah Tanggungan terhadap Permintaan Apel Fuji Impor**

Dari hasil uji parsial, diperoleh nilai sig  $0,894 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa jumlah tanggungan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah apel fuji impor. Hal ini dikarenakan pada saat melakukan penelitian dengan pernyataan konsumen

yang membeli apel fuji impor dengan jumlah yang banyak karena untuk dikonsumsi sendiri, tetapi tidak memiliki jumlah tanggungan yang banyak. Hal ini disebabkan karena manfaat yang terkandung dalam buah apel fuji impor sangat banyak jadi konsumen menjadikan buah apel fuji impor sebagai buah yang paling diminati.

#### **Pengaruh Harga Apel Fuji Terhadap Permintaan Apel Fuji Impor**

Dari hasil uji parsial, diperoleh nilai Sig  $0,002 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti bahwa harga apel fuji berpengaruh nyata terhadap permintaan apel fuji impor. Bila harga naik maka permintaan buah apel fuji impor akan turun dan sebaliknya bila harga turun maka permintaan apel fuji akan meningkat.

#### **Pengaruh Harga Apel Merah Terhadap Permintaan Apel Fuji Impor**

Dari hasil uji parsial, diperoleh nilai Sig  $0,062 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa harga apel merah tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan apel fuji impor. Dengan kata lain bila harga apel merah naik maka konsumen akan beralih pada apel fuji.

**Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan (Berdasarkan Atribut – Atribut) Buah Apel Fuji Impor).**

Atribut adalah karakteristik atau ciri – ciri yang dimiliki oleh suatu objek atau produk. Atribut buah apel fuji impor dalam penelitian ini meliputi atribut warna, manfaat, kesegaran dan rasa.

**Rekapitulasi Jawaban Responden**

**Tabel 13. Rekapitulasi Jawaban Responden**

No.	Variabel	Skor					Persentase
		1	2	3	4	5	%
<b>1</b>	<b>Warna</b>						
	P1	0	0	0	30	10	100
	P2	0	1	19	14	6	100
	Total	0	1	19	44	16	200
<b>2</b>	<b>Manfaat</b>						
	P1	0	0	1	27	12	100
	P2	0	4	24	8	6	100
	Total	0	4	25	35	18	200
<b>3</b>	<b>Kesegaran</b>						
	P1	0	0	0	26	14	100
	P2	0	4	24	7	5	100
	Total	0	4	24	33	19	200
<b>4</b>	<b>Rasa</b>						
	P1	0	0	0	25	15	100
	P2	0	3	27	5	5	100
	Total	0	3	27	30	20	200
	Rata - rata	4,25	3,65	4,325	3,5	4,4	

*Sumber : Data Primer Diolah 2019*

Dari kesimpulan tabel 13 berdasarkan variabel warna responden menjawab sebanyak 30 responden (75%) yaitu variabel warna menjadi pertimbangan responden ketika membeli. Karena pada saat melakukan penelitian responden lebih menyukai warna apel fuji impor yang tidak terlalu merah atau tidak terlalu mencolok dibandingkan buah apel lain. Berdasarkan variabel manfaat responden menjawab sebanyak 27 responden (67,5%) variabel manfaat menjadi pertimbangan konsumen ketika membeli, karena apel fuji impor memiliki banyak

manfaat yang dibutuhkan oleh tubuh. Berdasarkan variabel kesegaran responden menjawab sebanyak 26 responden (65%) variabel kesegaran menjadi pertimbangan konsumen ketika membeli, karena pada saat melakukan penelitian ketika memilih apel fuji konsumen memilih apel yang masih dalam keadaan yang segar dilihat dari kondisi kulit yang tidak kisut dan tidak berlobang. Berdasarkan variabel rasa responden menjawab sebanyak 25 responden (62,5%) variabel rasa juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli apel fuji impor, karena apel fuji impor memiliki rasa yang manis enak dan renyah.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil F hitung 41,141 atau  $\text{Sig } 0,000 < 0,05$  sehingga tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ . Artinya secara simultan (serempak) pendapatan, jumlah tanggungan, harga apel fuji dan harga apel merah berpengaruh nyata dan signifikan terhadap permintaan buah apel fuji impor. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, secara parsial variabel pendapatan dan harga apel fuji berpengaruh nyata terhadap permintaan buah apel fuji impor. Sedangkan variabel jumlah tanggungan dan harga apel merah tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan buah apel fuji impor pada tingkat kepercayaan 95%.
2. Konsumen yang memilih apel fuji impor berdasarkan warna sebanyak 30 responden (75%). Konsumen yang memilih apel fuji impor berdasarkan manfaat sebanyak 27 responden (67,5%). Konsumen yang memilih apel fuji impor dilihat dari kesegaran sebanyak 26 responden (65%). Konsumen yang memilih apel fuji impor karena rasa sebanyak 25 responden (62,5%).

### **Saran**

Adapun saran yang diberikan yaitu hendaknya masyarakat lebih memperhatikan pola konsumsi yang sehat, dengan cara memperbanyak mengkonsumsi buah-buahan terutama apel fuji impor ,dimana apel fuji impor banyak mengandung vitamin serta kandungan lainnya yang sangat dibutuhkan oleh tubuh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrima Z.S, 2003. Analisis Keputusan Pembelian Buah Segar Di Yogya Bogor Junction.
- Alfauzan *dkk*, 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Impor Di Pasar Tradisional Kota Semarang. Jurnal VOL. 11. NO. 1. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim.
- BPS. Sumatera Utara.
- Dr. Etta Mamang, 2013. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta : Andi.
- Fery, 2015. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Apel Fuji Dan Buah Jeruk Mandirin Di Pasar Johar Kota Semarang. Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim.
- Mansur Tandanu, 2009. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Brastagi Supermarket Medan. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Mower *dkk* , 2002. PerilakuKonsumen. Jakarta: Erlangga.
- Nelsi, M. 2017. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Buah Biwa di Kabupaten Karo*. Medan: Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Novera *dkk*, 2015. Analisis Sikap Konsumen Buah Apel Dan Pear Impor (Studi Kasus pada Pasar Buah Sudirman Pekan baru). Jurnal Vol. 2 No. 1. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Nurdin, 2017. Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Buah Apel Impor di Hypermart Palu Grand Mall. ISSN:0854-641X E-ISSN.2407-7607.
- Putri Maida, 2018. Perilaku Konsumen Buah Lokal Di Kota Bandar Lampung. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung Bandar Lampung.

- Reza, 2015. Analisis Sikap Konsumen Buah Apel dan Pear Impor di Pasar Buah Sudirman Pekanbaru. Universitas Riau.
- Riandika, 2017. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Apel Impor Di Hypermart Sun Plaza. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
- Riska Y.I, 2012. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Jeruk Lokal dan Buah Jeruk Impor Di Kabupaten Kudus.
- Rizki, 2017. Karakteristik dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Beras Organik Di Brastagi Supermarket Medan. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Rosyididkk, 2016. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Semangka Di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo. Jurnal.ISSN 2302-1713. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Sukirno, S. 2009. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers: Jakarta.



## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Karakteristik Responden

No Sampel	Pendapatan (Rp)	Pendidikan (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Harga (Rp)	Permintaan (Kg)
1	3.500.000	12	5	55.000	2
2	7.300.000	16	2	105.000	4
3	4.000.000	12	3	55.000	2
4	3.000.000	12	4	53.000	2
5	4.000.000	15	2	54.000	2
6	3.500.000	12	0	54.700	2
7	3.000.000	12	0	54.700	2
8	6.000.000	16	3	52.800	2
9	3.575.000	12	2	52.800	2
10	4.000.000	12	2	53.000	2
11	2.300.000	12	0	31.350	1
12	6.500.000	15	2	105.600	4
13	4.000.000	16	3	62.000	2
14	4.000.000	16	1	105.600	2
15	4.800.000	16	2	78.000	3
16	4.000.000	16	3	78.000	2
17	4.300.000	15	2	52.800	2
18	2.500.000	15	0	31.350	1
19	2.800.000	12	0	35.580	1
20	3.800.000	15	0	40.150	2
21	5.000.000	12	1	70.500	3
22	4.500.000	16	1	60.850	3
23	5.580.000	15	3	67.080	3
24	3.000.000	12	1	53.000	2
25	2.800.000	12	0	28.000	1
26	3.500.000	12	2	53.500	2
27	4.500.000	12	3	60.800	3
28	3.500.000	12	2	52.800	2
29	3.200.000	12	0	52.800	2
30	2.700.000	12	0	32.800	1
31	3.200.000	12	1	42.130	2
32	3.500.000	12	3	52.800	2
33	3.800.000	12	4	52.800	2
34	4.200.000	12	2	42.800	2
35	5.000.000	15	2	53.256	3
36	3.500.000	12	2	52.800	2
37	2.700.000	12	0	32.000	1
38	2.600.000	12	0	28.250	1
39	3.500.000	12	2	53.500	2
40	3.000.000	12	1	44.500	1

### Lampiran 2. Pendapatan Terhadap Permintaan

No. Sampel	Pendapatan Per Bulan	Permintaan/Kg
1	3.500.000	2
2	7.300.000	4
3	4.000.000	2
4	3.000.000	2
5	4.000.000	2
6	3.500.000	2
7	3.000.000	2
8	6.000.000	2
9	3.575.000	2
10	4.000.000	2
11	2.300.000	1
12	6.500.000	4
13	4.000.000	2
14	4.000.000	2
15	4.800.000	3
16	4.000.000	2
17	4.300.000	2
18	2.500.000	1
19	2.800.000	1
20	3.800.000	2
21	5.000.000	3
22	4.500.000	3
23	5.580.000	3
24	3.000.000	2
25	2.800.000	1
26	3.500.000	2
27	4.500.000	3
28	3.500.000	2
29	3.200.000	2
30	2.700.000	1
31	3.200.000	2
32	3.500.000	2
33	3.800.000	2
34	4.200.000	2
35	5.000.000	3
36	3.500.000	2
37	2.700.000	1
38	2.600.000	1
39	3.500.000	2
40	3.000.000	1

### Lampiran 3. Pendidikan Terhadap Permintaan

No. Sampel	Pendidikan (Tahun)	Permintaan/Kg
1	12	2
2	16	4
3	12	2
4	12	2
5	15	2
6	12	2
7	12	2
8	16	2
9	12	2
10	12	2
11	12	1
12	15	4
13	16	2
14	16	2
15	16	3
16	16	2
17	15	2
18	15	1
19	12	1
20	15	2
21	12	3
22	16	3
23	15	3
24	12	2
25	12	1
26	12	2
27	12	3
28	12	2
29	12	2
30	12	1
31	12	2
32	12	2
33	12	2
34	12	2
35	15	3
36	12	2
37	12	1
38	12	1
39	12	2
40	12	1

#### Lampiran 4.Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan

No. Sampel	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Permintaan/Kg
1	5	2
2	2	4
3	3	2
4	4	2
5	2	2
6	0	2
7	0	2
8	3	2
9	2	2
10	2	2
11	0	1
12	2	4
13	3	2
14	1	2
15	2	3
16	3	2
17	2	2
18	0	1
19	0	1
20	0	2
21	1	3
22	1	3
23	3	3
24	1	2
25	0	1
26	2	2
27	3	3
28	2	2
29	0	2
30	0	1
31	1	2
32	3	2
33	4	2
34	2	2
35	2	3
36	2	2
37	0	1
38	0	1
39	2	2
40	1	1

**Lampiran 5. Pengeluaran Konsumsi Terhadap Permintaan**

No. Sampel	Harga (Rp)	Permintaan/Kg
1	55.000	2
2	105.000	4
3	55.000	2
4	53.000	2
5	54.000	2
6	54.700	2
7	54.700	2
8	52.800	2
9	52.800	2
10	53.000	2
11	31.350	1
12	105.600	4
13	62.000	2
14	105.600	2
15	78.000	3
16	78.000	2
17	52.800	2
18	31.350	1
19	35.580	1
20	40.150	2
21	70.500	3
22	60.850	3
23	67.080	3
24	53.000	2
25	28.000	1
26	53.500	2
27	60.800	3
28	52.800	2
29	52.800	2
30	32.800	1
31	42.130	2
32	52.800	2
33	52.800	2
34	42.800	2
35	53.256	3
36	52.800	2
37	32.000	1
38	28.250	1
39	53.500	2
40	44.500	1

**Lampiran 6. Jawaban Responden Terhadap Atribut Warna**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Anda membeli apel fuji karena warnanya yang menarik	10	30	0	0	0	40
2	Anda membeli apel fuji karena warnanya tidak terlalu mencolok dibandingkan buah lain	6	14	19	1	0	40
<b>Jumlah</b>		<b>16</b>	<b>44</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>80</b>

**Lampiran 7. Jawaban Responden Terhadap Atribut Manfaat**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Anda membeli apel fuji karena banyak manfaatnya	12	27	1	0	0	40
2	Anda membeli apel fuji karena manfaat apel fuji sangat banyak sehingga tidak dapat digantikan oleh buah lain	6	8	24	4	0	40
<b>Jumlah</b>		<b>18</b>	<b>35</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>80</b>

**Lampiran 8. Jawaban Responden Terhadap Atribut Kesegaran**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Anda membeli apel fuji karena kesegaran buahnya (dilihat dari kondisi kulit yang tidak kisut dan tidak berlobang)	14	26	0	0	0	40
2	Anda membeli apel fuji karena kesegaran buahnya lebih baik dibandingkan buah lain	5	7	24	4	0	40
<b>Jumlah</b>		<b>19</b>	<b>33</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>80</b>

**Lampiran 9. Jawaban Responden Terhadap Atribut Rasa**

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Total
1.	Anda membeli apel fuji karena rasanya yang manis, enak dan renyah	15	25	0	0	0	40
2	Rasa manis, enak dan renyah apel fuji tidak dapat digantikan buah lain	5	5	27	3	0	40
<b>Jumlah</b>		<b>20</b>	<b>30</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>80</b>



item_7	Pearson Correlation	,209	,183	,275	,344*	,583**	,505**	1	,607**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,195	,259	,086	,030	,000	,001		,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
item_8	Pearson Correlation	,163	,519**	,261	,692**	,246	,725**	,607**	1	,805**
	Sig. (2-tailed)	,314	,001	,104	,000	,127	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
skor_total	Pearson Correlation	,437**	,677**	,615**	,822**	,569**	,862**	,644**	,805**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



**Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	40	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	58,75	44,859	,376	,766
item_2	59,35	41,259	,613	,741
item_3	58,68	43,404	,564	,754
item_4	59,50	39,641	,781	,726
item_5	58,60	43,938	,518	,758
item_6	59,50	39,590	,831	,724
item_7	58,60	43,426	,599	,754
item_8	59,53	40,153	,763	,729
skor_total	31,50	11,897	1,000	,841

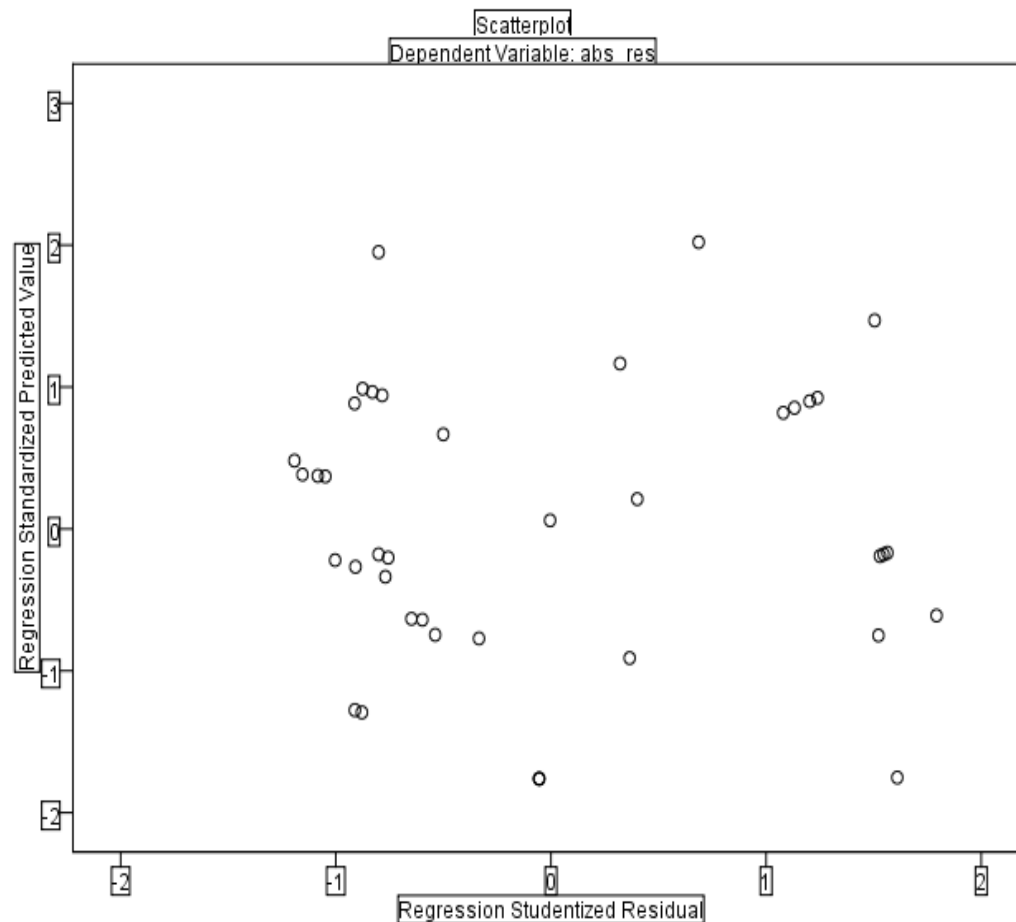
### Lampiran 12. Uji Multikolinearitas

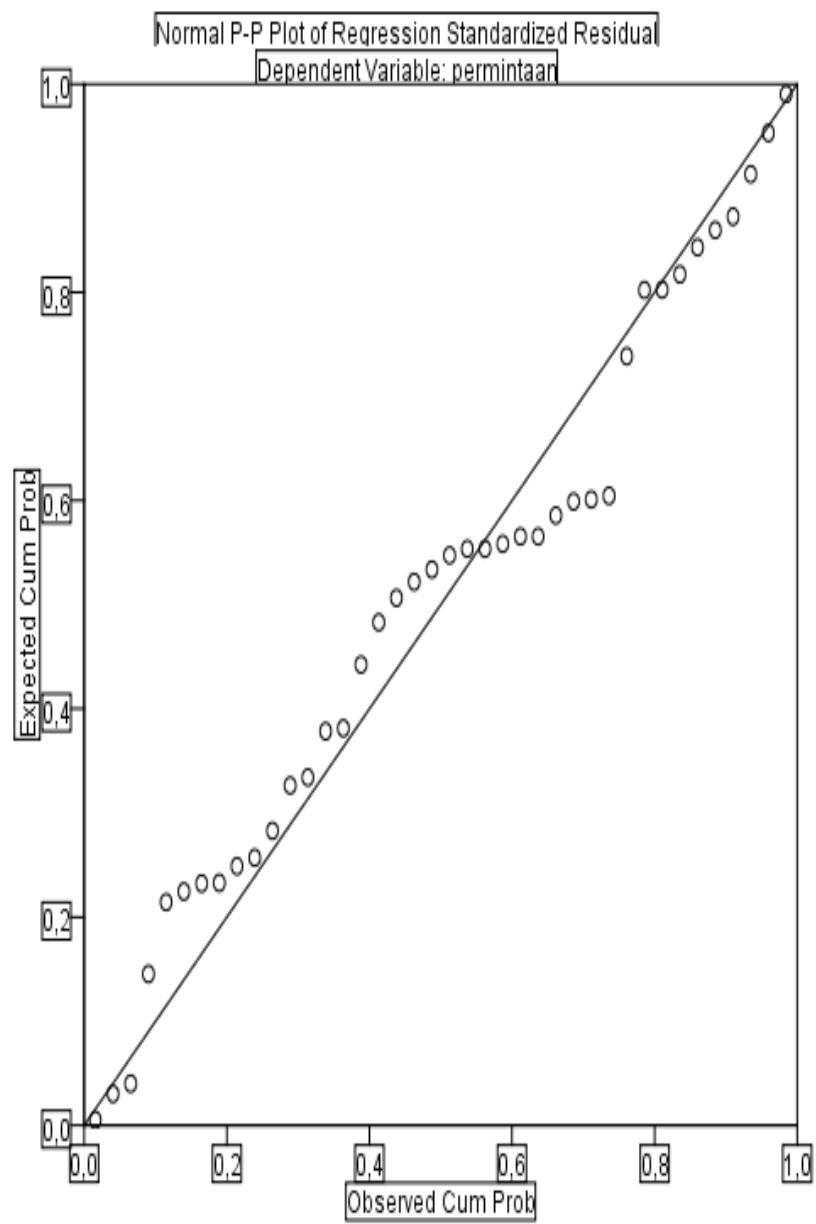
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,419	,425		,988	,330		
Pendapatan	4,839	,000	,707	5,926	,000	,352	2,837
Jumlah Tanggungan	,006	,044	,011	,134	,894	,802	1,247
Harga Apel Fuji	1,422	,000	,358	3,258	,002	,416	2,403
Harga Apel Merah	-,078	,040	-,178	-,1932	,062	,593	1,687

a. Dependent Variable: permintaan

### Lampiran 13. Uji Heteroskedastisitas



**Lampiran 14. Uji Normalitas**

### Lampiran 15. Hasil Regresi Linier Berganda

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga apel fuji, Harga apel merah, Jumlah tanggungan, Pendapatan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Permintaan

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,908 <sup>a</sup>	,825	,805	,33127

a. Predictors: (Constant), Harga Apel Merah, Harga Apel Fuji, Jumlah Tanggungan, Pendapatan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,059	4	4,515	41,141	,000 <sup>b</sup>
	Residual	3,841	35	,110		
	Total	21,900	39			

a. Dependent Variable: Permintaan

b. Predictors: (Constant), Harga Apel Merah, Harga Apel Fuji, Jumlah Tanggungan, Pendapatan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,419	,425		,988	,330
	Pendapatan	4,839	,000	,707	5,926	,000
	Jumlah Tanggungan	,006	,044	,011	,134	,894
	Harga Apel Fuji	1,422	,000	,358	3,258	,002
	Harga Apel Merah	-,078	,040	-,178	-1,932	,062

a. Dependent Variable: Permintaan

